



## Bilan des réponses des marques Campagne européenne « Killer jeans »

Avril 2012

### Phase 1: Communication publique sur le recours au sablage



Ont refusé d'interdire le recours au sablage ou n'ont pas réagi à nos demandes

Dolce & Gabbana
-----------------



Annoncent qu'elles interdisent le recours au sablage mais n'ont pas communiqué publiquement

Ont répondu qu'elles avaient immédiatement cessé le recours à la technique :

Orsay
-------

s. Oliver
-----------

Inditex
---------

Leclerc
---------

New Look
----------

Ont répondu qu'elles projettent l'arrêt du recours au sablage pour la remplacer par une méthode alternative au cours de l'année 2011:

Diesel
--------

Primark
---------



Annoncent que le sablage n'est pas utilisé dans leur chaîne d'approvisionnement mais n'ont pas communiqué publiquement sur cette décision :

Adolfo Dominguez
------------------

IC Companies (Peak Performance, Tiger of Sweden, InWear, Jackpot, Cottonfield, Matinique, Part Two, By Malene Birger, Saint Tropez, Soaked in Luxury, Designers Remix, COMPANYYS, Picturebank)
--

Lee (VF Corporation)
----------------------

PRADA
-------

Roberto Cavalli
-----------------

Street One
------------

Strellson (Holy Fashion Group, Besitzerin der Marken: Strellson, Joop!, Tommy Hilfiger Tailored, Windsor)
---

Wrangler (VF Corporation)
---------------------------



## Ont annoncé publiquement interdire le recours au sablage des jeans

<b>Armani</b>
<b>Auchan</b>
<b>Benetton</b>
<b>Bestseller</b> (Jack&Jones, Mama-Licious, Name it, Object Collectors Item, Only, Outfitters Nation, Pieces, Selected, Vila, Vero Moda)
<b>Burberry</b>
<b>Carrefour</b>
<b>Carrera Jeans</b>
<b>Casino</b>
<b>C&amp;A</b>
<b>Charles Vögele</b>
<b>Esprit</b>
<b>Gucci</b>
<b>H&amp;M</b>
<b>Kookai</b>
<b>Levi Strauss &amp; CO</b>
<b>Mango</b>
<b>Metro</b>
<b>New Yorker</b>
<b>Pepe Jeans</b>
<b>Pimkie</b>
<b>Promod</b>
<b>Replay</b>
<b>The Just Group</b>
<b>Target (US discounter)</b>
<b>Versace</b>

## Phase 2 : Mise en œuvre de l'interdiction du sablage



### N'ont pas fourni d'information ou ont fourni des informations vagues ou contradictoires

<b>Charles Vögele</b>
<b>Dolce and Gabana</b>
<b>Leclerc</b>
<b>Lee (VF Corporation)</b>
<b>Kookai</b>
<b>New Yorker</b>
<b>Orsay</b>
<b>The Just Group</b>
<b>PRADA</b>
<b>Replay</b>
<b>Roberto Cavalli</b>
<b>Versace</b>
<b>Wrangler (VF Corporation)</b>



### Vont mettre en œuvre l'interdiction mais de manière progressive

<b>Benetton</b>
<b>Diesel</b>



**Incluent l'interdiction du sablage dans leurs standards d'audits sociaux**

<b>Adolfo Dominguez</b>
<b>Armani</b>
<b>Auchan</b>
<b>Bestseller</b> (Jack&Jones, Mama-Licious, Name it, Object Collectors Item, Only, Outfitters Nation, Pieces, Selected, Vila, Vero Moda)
<b>Burberry</b>
<b>Carrefour</b>
<b>Casino</b>
<b>C&amp;A</b>
<b>Esprit</b>
<b>H&amp;M</b>
<b>IC Companies</b> (Peak Performance, Tiger of Sweden, InWear, Jackpot, Cottonfield, Martinique, Part Two, By Malene Birger, Saint Tropez, Soaked in Luxury, Designers Remix, COMPANYYS, Picturebank)
<b>Levi Strauss &amp; CO</b>
<b>Mango</b>
<b>Metro</b>
<b>New Look</b>
<b>Pimkie</b>
<b>Primark</b>
<b>Promod</b>
<b>s. Oliver</b>
<b>Street One</b>
<b>Strellson</b> (Holy Fashion Group, Besitzerin der Marken: Strellson, Joop!, Tommy Hilfiger Tailored, Windsor)
<b>Versace</b>
<b>Zara</b> (Inditex)



**Associent les syndicats ou ONG locaux dans leur stratégie de mise en œuvre**

Gucci
-------

### **Phase 3 : Prise en charge et compensation**

- Aucune entreprise n'a pris d'engagement en termes de prise en charge (médicale) et de compensation des travailleurs de leur chaîne d'approvisionnement affectés par la silicose.

- **Pour les réponses détaillées apportées par les marques et enseignes françaises (Auchan, Carrefour, Casino, Kookai, Leclerc, Pimkie et Promod), contacter le Collectif : [n.ajaltouni@ethique-sur-etiquette.org](mailto:n.ajaltouni@ethique-sur-etiquette.org)**

**IL EST MORTEL CE JEAN**  
**www.stop-au-sablage.org**

